کفاشان کاخکی، مجتبی؛ آسمان دره، یاسر؛ محمدیان، زهرا (۱۳۹۶). سنجش میزان تاثیر عوامل موثر بر شکل گیری رفتار اشتراک دانش از دیدگاه دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه فردوسی مشهد). *پژوهش‌های نظری و کاربردی در علم اطلاعات و دانش‌شناسی*، ۷ (۱)، ۱۵۳- ۱۷۳.

سنجش میزان تأثیر عوامل مؤثر بر شکل گیری رفتار اشتراک دانش از دیدگاه دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه فردوسی مشهد)[۱]

مجتبی کفاشان کاخکی (نویسنده مسئول)، استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد، kafashan@ferdowsi.um.ac.ir
یاسر آسمان دره، دانشجوی دکتری مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد، asemandoreh@stu.um.ac.ir
زهرا محمدیان، کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد،nz.mohamadian@gmail.com

تاریخ دریافت: ۹۵/۱۰/۲۵ تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۲/۱۱

دوفصلنامه| (علمی پژوهشی)
پژوهش‌های نظری و کاربردی در علم اطلاعات و دانش شناسی

شاپا (آنلاین): ۲۵۳۸-۴۱۱۲

http://infosci.um.ac.ir

سال ۷ (شماره ۱)
بهار و تابستان ۱۳۹۶

DOI: 10.22067/61819

چکیده:

مقدمه: *مطالعه حاضر به‌منظور شناسایی مهمترین عوامل موثر بر شکل گیری رفتار اشتراک دانش در بین دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد و در راستای سنجش میزان تاثیر این عوامل بر رفتار اشتراک دانش آنها انجام شد. پژوهش حاضر تلاش نموده است تا ضمن شناسایی و استخراج عمده‌ترین عوامل موثر بر رفتار اشتراک دانش در بین دانشجویان، نوع روابط حاکم بین عناصر موثر بر آن را مشخص کند.*

روش‌شناسی: *این پژوهش با روش «توصیفی- پیمایشی» و بر پایه آزمون برخی از عوامل موثر بر رفتار اشتراک دانش در بین دانشجویان کارشناسی دانشگاه فردوسی مشهد انجام گرفت. برای این منظور، پس از استخراج برخی از مهمترین عوامل موثر بر رفتار اشتراک دانش بر پایه مطالعه اکتشافی، فرم نظرسنجی تدوین و بر مبنای نظرات کسب شده از ۱۸ نفر از خبرگان این حوزه، با استفاده از آزمون فریدمن عمده‌ترین عوامل موثر بر رفتار اشتراک دانش شناسایی و استخراج شد. سپس الگوی مفهومی پژوهش طراحی و پس از تعیین روایی و پایایی پرسشنامه محقق ساخته، با استفاده از روش نمونه‌برداری تصادفی طبقه‌ای، تعداد ۳۹۰ پرسشنامه توزیع گردید که ۳۷۱*

۱. این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی شماره ۲ با کد ۲/۴۱۸۵۲ می باشد. نویسندگان از همکاری معاونت محترم پژوهشی دانشگاه فردوسی مشهد قدردانی می نمایند.

پرسشنامه مبنای تحلیل داده‌ها قرار گرفت. برای آزمون الگوی پیشنهادی پژوهش و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار لیزرل و از روش تحلیل مسیر استفاده شد.

یافته‌ها: *نتایج آزمون فریدمن نشان داد که بر پایه نظر خبرگان؛ ارزش درک شده، انگیزش، سهولت درک شده و اعتماد عمده‌ترین عوامل موثر بر رفتار اشتراک دانش است. این عوامل در کنار دو عامل «نگرش به اشتراک دانش» و «قصد رفتاری» الگوی اولیه پژوهش را شکل داد. در این پژوهش، ۶ فرضیه مورد بررسی و آزمون قرار گرفت. از مجموع ۶ فرضیه طراحی شده در این پژوهش، ۱ فرضیه مورد تایید قرار نگرفت. نتایج تحلیل مسیر نشان داد که ارزش درک شده بر قصد اشتراک دانش تاثیر مستقیم و معنی‌داری دارد. همچنین، نتایج نشان‌دهنده تاثیر مستقیم و معنی‌دار انگیزش بر نگرش و قصد اشتراک دانش بود. افزون بر این، تاثیر سهولت درک شده بر نگرش و قصد اشتراک دانش اثبات گردید. نگرش و قصد اشتراک دانش نیز به صورت مستقیم و معنی‌داری رفتار اشتراک دانش را شکل دادند.*

بحث و نتیجه‌گیری: *در یک جمع‌بندی کلی از متغیرهای مورد مطالعه می‌توان گفت که اعتماد، انگیزش، نگرش و قصد اشتراک دانش به‌عنوان متغیرهای مهم و تاثیرگذاری در تحقق رفتار اشتراک دانش دانشجویان ایفای نقش می‌کنند و برای بروز و توسعه این رفتار باید مورد توجه ویژه‌ای قرار گیرند. از این‌رو، دانشگاه‌ها در صورتی که بخواهند فرایند اشتراک دانش را توسعه داده و سهم بیشتری از اشتراک علمی در درون دانشگاه را به¬دست آورند بایستی به اعتماد، انگیزش و نگرش دانشجویان به فرایند اشتراک دانش بیش از پیش توجه کنند. در واقع، رفتار اشتراک دانش دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد اگر چه متاثر از کلیه عوامل مورد بررسی در این پژوهش بود لیکن میزان اعتماد، انگیزه آنها به اشتراک دانش، نگرش و قصد آنها به اشتراک دانش از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. در چارچوب نتایج الگوی نهایی این پژوهش، نه تنها توجه به اعتماد، انگیزش، نگرش مثبت و قصد اشتراک دانش ضروری است، بلکه لازم است تا افزون بر توجه به توسعه ارزش درک شده از اشتراک دانش، بایسته‌ها و ملزومات زیرساختی اشاعه و اشتراک دانش تولید شده به منظور تسهیل این فرایند نیز وجود داشته باشد.*

کلیدواژه‌ها: *ارزش درک شده، سهولت درک شده، اعتماد، انگیزش، نگرش، قصد اشتراک دانش، رفتار اشتراک دانش، دانشگاه فردوسی مشهد.*

مقدمه

دانشگاه‌ها به‌منزله متولیان بنیان‌های علمی، پارادایمی را در حوزه دانش و مدیریت آن ارائه می‌کنند که بر مبنای آن، امکان ایجاد همگرایی میان دو روند تولید دانش و اشتراک آن را پدید می‌آورند. همسو با دیدگاه دالانتی (۱۳۸۶)، رسالت دانشگاه‌ها احیاء توسعه فضای عمومی گفتمان اشتراک دانش است که زمینه ارتباط بین دانش و منافع بشری را برقرار می‌کند. این مهم مستلزم توسعه دایره اشتراک‌های علمی تا آن‌سوی حوزه دانش غیرتخصصی و همچنین بازنگری در چگونگی امکان اشتراک دانش تولید شده در علوم مختلف است. افزون بر این، مطالعات گسترده‌ای در حوزه اشتراک دانش و تأثیرات آن در محیط‌های سازمانی به انجام رسیده است (Smith et al., 2005; Collins and Smith, 2006; Reychav

and Weisberg, 2010) که حاکی از اهمیت توجه به اشتراک دانش در محیط‌های سازمانی است. با در نظر گرفتن رسالت دانشگاه‌ها و توجه به گستره پژوهش‌های انجام شده در حوزه اشتراک دانش در سایر محیط‌های سازمانی، این پرسش وجود دارد که چه عواملی بر این رفتار در محیط‌های دانشگاهی تأثیر می‌گذارد؟ از این‌رو، بررسی عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در این محیط منطقی می‌نماید؛ زیرا درک چرایی و چگونگی اشتراک دانش از چالش‌برانگیزترین مسائل در حوزه پژوهش‌های مدیریت دانش است. به نظر می‌رسد در ارتباط با رفتار اشتراک دانش تنها اتکا کردن به فرایندهای آموزشی، مشوق و انگیزاننده کافی نیست، بلکه لازم است تا عمده‌ترین عوامل مؤثر بر ایجاد آن نیز شناسایی و تأثیر آنها بر رفتار اشتراک دانش مورد مطالعه قرار گیرد. بی‌توجهی به رفتار اشتراک دانش در محیط‌های دانشگاهی باعث می‌شود تا رفتار مورد اشاره در افراد نهادینه نشود و جامعه مورد پژوهش پس از ورود به محیط‌های سازمانی نیز نتوانند در راستای اشتراک بهینه دانش بین خود و سایرین گام‌های مؤثری اتخاذ کنند. بررسی حاضر با توجه به‌ضرورت گسترده تحقق این رفتار، نه‌تنها می‌تواند زمینه شناسایی عوامل مؤثر بر اشتراک دانش را فراهم سازد بلکه با شناسایی میزان تأثیر این عوامل می‌تواند بستر مناسب‌تری را در راستای گسترش آن در محیط‌های دانشگاهی فراهم کند. گسترش زمینه‌های رفتار اشتراک دانش در محیط‌های دانشگاهی، بر ترغیب و افزایش تمایل اعضاء این جامعه به بهره‌برداری از ظرفیت‌های اشتراک دانش نیز تأثیرگذار می‌باشد. از سویی، نظریه‌های متعددی در حوزه تبادل عناصر ملموس و غیرملموس (مانند احساس‌ها، ارزش‌ها، دانش و ...) به‌عنوان مبنای شناسایی نظم اجتماعی فرایند مبادله‌هایی مانند اشتراک دانش پی‌ریزی شده است (Homans, 1961; Blau, 1963; Emerson, 1972; Cook et al, 1990). این نظریه‌ها که اغلب در تلاش برای یافتن عناصر مؤثر بر روابط رفتارگرایی و چگونگی تداوم آنها در حوزه علوم اجتماعی می‌باشند؛ مورد توجه ویژه جامعه‌شناسان در پژوهش‌های مختلف بوده است. نقطه عطف پژوهش‌هایی از این طیف این است که می‌تواند ضمن تبیین چارچوب‌های نظری مستحکم در حوزه علوم انسانی، ابعاد کاربردی نظریه‌ها و روابط بین عناصر مختلف رفتاری را نیز مورد بررسی قرار دهد. پژوهش حاضر نیز با الهام از این رویکرد تلاش نموده است تا ضمن شناسایی و استخراج عمده‌ترین عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در بین دانشجویان، نوع روابط حاکم بین عناصر مؤثر بر آن را مشخص کند. در بخش بعدی که به مبانی نظری و پیشینه پژوهش پرداخته است، متغیرهای مورد بررسی در الگوی مفهومی پژوهش تشریح می‌شود. این پژوهش به طراحی الگویی پرداخته که روابط بین برخی از متغیرهای مرتبط با اشتراک دانش را تبیین نموده است. بدین منظور ابتدا از طریق مطالعات اکتشافی، به شناسایی عوامل مؤثر

بر رفتار اشتراک دانش پرداخته شده است. سپس با استفاده از فرم نظرسنجی، عمده‌ترین عوامل اثرگذار بر رفتار اشتراک دانش برپایه نظرات خبرگان مشخص شده و در نهایت به آزمون الگوی طراحی شده پرداخته شده است.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

اشتراک دانش

مدت طولانی است که رفاه اقتصادی[1] مبتنی بر اشتراک دانش و کاربردهای سودمند آن به رسمیت شناخته شده است. در واقع افزایش دانش و بسط کاربردهای اشتراک آن، اساس رشد اقتصاد نوین قرار گرفته است (Teece, 2007, p. 3). در جامعه مبتنی بر دانش، سازمان‌ها نیز نیازمند غنی ساختن قابلیت‌های اصلی یا کلیدی خود و به‌روزرسانی دائمی پایگاه‌های دانشی خود به‌منظور مقابله با چالش‌های پیش‌رو و کسب مزیت‌های رقابتی هستند (Chen, 2008)؛ چراکه دانش و اشتراک آن منبع مهمی برای بقا و موفقیت سازمان‌ها محسوب می‌شود. دانشگاه‌ها نیز با استفاده هر چه بیشتر از توسعه و به اشتراک‌گذاری این منبع، در جهت بالا بردن کارایی و اثربخشی جامعه خود و برای رسیدن به مزیت‌های رقابتی اهتمام می‌ورزند. فریگا[2] (۲۰۰۰؛ نقل شده در قربانی‌زاده و خالقی‌نیا، ۱۳۸۸) معتقد است که اشتراک دانش مرحله‌ای در برگیرنده فعالیت‌هایی است که مرتبط با ورود دانش جدید به نظام مدیریت دانش است و شامل ایجاد، کشف و تسخیر دانش می‌شود. وینکلن و مکنزی[3] (۲۰۱۱، ص ۲۳۸) نیز معتقدند که اشتراک دانش یکی از جنبه‌های کلیدی نقش افراد در محیط‌های اجتماعی و سازمانی است. همچنین، گوتسچالک[4] (۲۰۰۷، ص ۳۱) بر این باور است که این دانش از طریق فرایندهای اجتماعی، تشریک مساعی و از طریق فرایندهای شناختی افراد خلق و انتقال می‌یابد. همسو با این دیدگاه، اشتراک دانش به فعالیت‌هایی نسبت داده می‌شود که در ارتباط با جریان دانش از یک بخش یا یک نفر به بخش یا نفر دیگر است و در برگیرنده ارتباطات، ترجمه، تبدیل، تفسیر و پالایش دانش می‌باشد. بر این پایه، اشتراک دانش جایگاه مهمی در مدیریت دانش دارد و به دلیل اهمیتی که بر سایر جنبه‌های آن دارد، دارای قدرت و نفوذ بالایی است. در ادامه، برخی از عوامل مؤثر بر شکل‌گیری رفتار اشتراک دانش بیان شده است.

ارزش درک شده

1. Economic Prosperity
2. Friga
3. Winkelen and McKenzie
4. Gottschalk

همسو با دیدگاه دیویس[۱] (۱۹۸۹) ارزش درک شده[۲] به فرایندی نسبت داده می‌شود که فرد باور دارد با اتخاذ رفتاری مشخص و یا بهره‌گیری از نظامی خاص، عملکرد فردی و حرفه‌ای او ارتقا می‌یابد. همچنین، به‌معنی میزان شدت گرایش افراد به کسب و شناسایی دانش دیگران بر پایه میزان ارزش درک شده از دانش آنها اطلاق می‌شود (Pacharapha and Ractham, 2012). مطالعاتی که به‌بررسی ارزش درک شده با ابعاد رفتاری انسان در حوزه‌های گوناگون پرداخته‌اند رابطه قوی و مثبتی بین ارزش و نگرش رفتاری فرد یافته‌اند (Tylor and Tood, 1995; Chen et al, 2006; Ford and Staples, 2006; Yu et al., 2010). بر این پایه، ارزش درک شده در حوزه اشتراک دانش می‌تواند شامل مواردی از قبیل درک امکان رشد فردی و حرفه‌ای بهتر، پرداخت هزینه کمتر، کارایی بیشتر، صرف زمان کمتر، دسترسی به گزینه‌های قابل انتخاب بیشتر و ... باشد.

سهولت درک شده

سهولت درک شده[۳] به فرایندی گفته می‌شود که فرد باور دارد که عادت به یک رفتار مشخص نیاز به تلاش زیادی ندارد. مفهوم سهولت درک شده به میزان زیادی با مفهوم خودکارآمدی طرح شده توسط باندورا[٤] (۱۹۹۷) مشابهت دارد. خودکارآمدی مفهومی روانشناسانه است که برای اولین بار توسط باندورا مطرح شد و به معنی قضاوت افراد در مورد قابلیت‌های خود برای سازماندهی و اجرای اقدام‌های مورد نیاز در راستای تحقق عملکرد از قبل طراحی شده است. به عبارت دیگر، خودکارآمدی به میزان اعتقاد و باور فرد جهت انجام موفقیت‌آمیز یک رفتار گفته می‌شود. در این پژوهش، سهولت درک شده در ارتباط با رفتار اشتراک دانش به معنای میزانی است که فرد در زمینه بروز رفتار اشتراک دانش احساس موفقیت می‌کند. مطالعات پیشین رابطه مثبت بین سهولت درک شده و نگرش افراد به یک رفتار خاص را اثبات کرده‌اند (Chen et al, 2006). به نظر می‌رسد که هر چه فرد درک کند که اشتراک دانش به سهولت و راحتی میسر است، احتمال بروز نگرش مثبت رفتاری در او افزایش می‌یابد (Chung, 2001; Hall, 2001; Hsu and Lin, 2008).

اعتماد

به باور رایدینگز و همکارانش[٥] (۲۰۰۲) اعتماد یکی از متغیرهای مهم در فرایند اشتراک دانش محسوب می‌شود. گفن و همکارانش[۱] (۲۰۰۳) مفهوم اعتماد را تمایل فرد به پاسخگویی به طرف مقابل

---

1. Davis
2. Perceived Value
3. Perceived ease of use
4. Bandura
5. Ridings et al

به‌طور مطمئن تعریف می‌کنند. به عبارت دیگر، اعتماد به معنی اعتقاد افراد به صداقت و تعهد یکدیگر در فرایند مبادله است. طبق این مفهوم‌سازی، اعتماد در فرایند اشتراک دانش عبارت است از اطمینان به عملکرد، انسجام و اعتبار حداقل دو نفر یا گروهی از افراد به یکدیگر. در بسیاری از الگوهای ارتباطی، سطح اعتماد درک شده بین طرفین رابطه یکی از قسمت‌های اصلی الگو را تشکیل می‌دهد (Wilson, 1995). از این‌رو، برخی از مطالعات؛ اعتماد را به‌عنوان عنصر پایه در تعهد به تداوم رابطه شناسایی نموده‌اند (Tax and Brown, 1998; Garbarino and Johnson, 1999; Norudin et al., 2016). همچنین، پژوهش های پیشین اعتماد را به‌عنوان شرط لازم و ضروری در فرایند اشتراک دانش دانسته و رابطه مثبت و معنی دار بین اعتماد و نگرش فرد را تأیید کرده‌اند (Abrams et al, 2003; Mooradian et al, 2006; Hsu et al, 2007; Staples and Webster, 2008).

انگیزش

در حوزه‌های رفتاری، موضوع انگیزش و نقش آن در شکل‌دهی به رفتار مورد توجه صاحب‌نظران و روانشناسان برجسته‌ای قرار گرفته است (Maslow, 1943; Locke, 1968; Herzberg, 1964). تعریف مفهومی انگیزش به خواسته‌ها، آرزوها، کشش‌ها، تمایل‌های رفتاری و نیازهای افراد اشاره دارد که منجر به برانگیختگی و انتخاب رفتاری خاص می‌شود. بر این پایه، انگیزش منجر به برانگیختگی افراد در راستای انجام رفتار مورد علاقه آنها می‌شود و ساختار لازم برای یک نگرش ارتباطی فعال محسوب می‌گردد. بر پایه پژوهش‌های پیشین (Nelson and Cooprider, 1996; Bock and Kim, 2002; Ryu et al, 2003; Kankanhalli et al, 2005) نظام انگیزشی نه‌تنها می‌تواند بر نگرش فرد به اشتراک دانش تأثیرگذار باشد بلکه می‌تواند نقش مهمی در فرایند اشتراک دانش ایفا کند.

نگرش

بر مبنای پیش‌گفته و بر پایه نظریه عمل منطقی[۲]، در حوزه رفتار اشتراک دانش عوامل متعددی از قبیل سودمندی درک شده، سهولت درک شده، اعتماد و انگیزش می‌تواند بر نگرش[۳] افراد نسبت به رفتار اشتراک دانش آنها تأثیرگذار باشد (Kowak and Gao, 2005). نگرش بر مبنای مقادیر بروندادهای مورد انتظار شکل گرفته و بر پایه ارزش‌گذاری بروندادها ارزیابی می‌شود (Kalafatis et al, 1999). همسو با دیدگاه آجزن[۴] (۱۹۹۱) نگرش به گرایش مطلوب یا نامطلوب فرد به‌قصد تکرار یک رفتار خاص نسبت

1. Gefen et al
1. Theory of Reasoned Action
2. Attitude
4. Ajzen

داده می‌شود. آجزن بر این باور است که نگرش تأثیر مستقیم و معناداری بر قصد رفتاری فرد دارد. مطالعات آجزن و فیشبین[1] (۱۹۷۰) نشان داد که قصد یک شخص برای انجام رفتاری معین تابع نگرش فرد نسبت به انجام آن رفتار و شناخت فرد از هنجارهای حاکم بر آن رفتار و انگیزش او برای پیروی از آن هنجارها است. بر این پایه، نگرش به‌قصد رفتاری جهت داده و زمینه بروز قصد رفتار خاصی را در فرد ایجاد می کند. پژوهش‌های پیشین رابطه بین نگرش و قصد رفتاری فرد به اشتراک دانش را اثبات کرده‌اند (Granrose, 1984; Constant et al, 1994; Igbaria and Iivari, 1995; Bandura, 1997; Bartol and Srivastava, 2002).

قصد اشتراک دانش

تاکنون مطالعات گسترده‌ای در رابطه با بررسی تأثیر قصد بر رفتار اشتراک دانش به انجام رسیده است که بسیاری از آنها بر پایه نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده آجزن (۱۹۹۱) پایه‌ریزی شده است (Bock and Kim, 2002; Ryu et al, 2003; Kolekofski and Heminger, 2002; Dawkins and Frass, 2005; Bock et al., 2005; Chow and Chan, 2008; Reychav and Weisberg, 2010). قصد[2] به تمایل شدید فرد به انجام یک رفتار مشخص گفته می‌شود. آجزن (۱۹۹۱) معتقد است که پیش از مرحله رفتار باید قصد انجام رفتار در فرد درونی شود تا منجر به شکل گیری رفتار خاصی در او گردد. بر این پایه، شکل گیری قصد رفتاری به‌عنوان پیش‌بینی کننده قوی رفتار فرد تلقی می‌شود. از این‌رو، در مطالعه حاضر نیز قصد به‌عنوان عامل پیش‌بینی کننده در شکل گیری رفتار اشتراک دانش در الگوی پژوهش در نظر گرفته شده است.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها «توصیفی- پیمایشی» است. در ابتدا به‌منظور تعیین عمده‌ترین عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش با استفاده از مطالعات اکتشافی فهرستی از عمده‌ترین عوامل مؤثر بر اشتراک دانش که در برخی از متون پیشین مورد بررسی قرار گرفته بود؛ تدوین گردید (جدول ۱). سپس فرم نظرسنجی به‌منظور تعیین مهمترین عوامل مؤثر بر اشتراک دانش طراحی شد.

در ادامه، ۳ نفر از اعضاء هیأت‌علمی علم اطلاعات و دانش‌شناسی که در زمینه پژوهش حاضر از سوابق تحقیقاتی و پژوهشی مرتبط با موضوع پژوهش برخوردار بودند، خواسته شد تا

1. Ajzen and Fishbein
2. Intention

فرم نظرسنجی طراحی شده را از نظر ساختار، مفهوم بودن گویه‌ها و مفاهیم مورد بررسی قرار دهند. پس از اعمال تغییرات خواسته شده و تأیید اعتبار آن، فرم نظرسنجی طراحی شده همراه با تعریف موردنظر هر عامل در اختیار ۲۵ نفر از خبرگان حوزه مدیریت دانش قرار گرفت. از آنها خواسته شد تا مرتبط‌ترین عوامل مؤثر بر اشتراک دانش را از ۱ (بیشترین میزان تأثیر) تا ۱۰ (کمترین میزان تأثیر) مشخص کنند. از این تعداد، ۱۸ نفر به سؤالات فرم نظرسنجی پاسخ دادند. نتایج آماری به‌دست آمده از بررسی میزان تأثیر عوامل فهرست شده در فرم نظرسنجی، با توجه به ترتیب اولویت عوامل و میانگین‌های رتبه‌ای آنها از بیشترین میزان تأثیر به کمترین در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر اشتراک دانش بر پایه نظرات خبرگان

ردیف	عامل	میانگین رتبه
۱	ارزش درک شده	۳/۷۸
۲	انگیزش	۴/۲۲
۳	سهولت درک شده	۴/۲۸
۴	اعتماد	۴/۳۱
۵	ویژگی‌های شخصیتی- روانی	۶/۰۶
۶	فرهنگ سازمانی پشتیبان	۷/۰۶
۷	دسترسی به شبکه‌های اجتماعی	۷/۳۱
۸	زیرساخت‌های فناوری مناسب	۷/۵۶
۹	ارتباطات	۷/۷۲
۱۰	تعهد عاطفی	۸/۱۱
۱۱	حمایت سازمانی درک شده	۸/۵۶
۱۲	ساختار سازمانی مناسب	۹/۰۶

جدول ۲ نشان می‌دهد که کای‌دو مشاهده شده ۵۴/۶۶ با سطح معناداری $p=000<0.05$ در سطح ۰/۹۵ معنادار است. به‌عبارتی بین اولویت عوامل با توجه به میانگین‌های رتبه‌ای تفاوت معناداری مشاهده می‌شود.

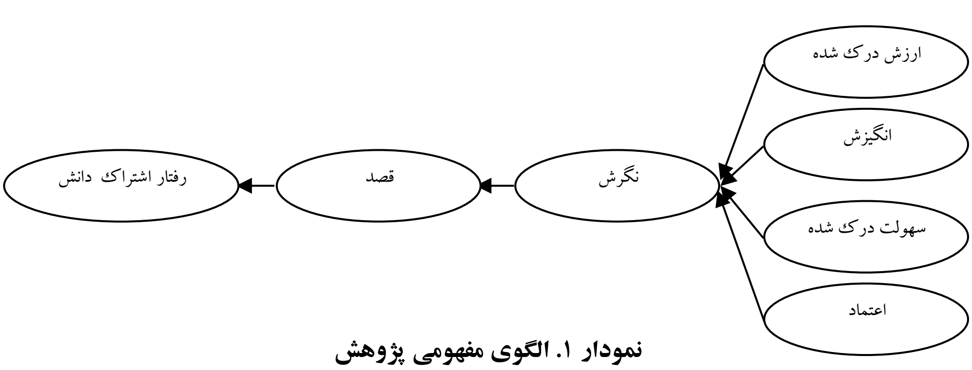
جدول ۲. آماره آزمون

تعداد پاسخ‌دهندگان	۱۸
کای‌دو	۵۴/۶۶
درجه آزادی	۱۱
سطح معناداری	000<0

با توجه به محدودیت‌های پژوهش و با در نظر گرفتن اختلاف معنی‌دار به‌دست آمده بین عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش (جدول ۱)، ۴ عامل ارزش درک شده (با میانگین رتبه ۳/۷۸)، انگیزش (با میانگین رتبه ۴/۲۲)، سهولت درک شده (با میانگین رتبه ۴/۲۸) و اعتماد (با میانگین رتبه ۴/۳۱) که بالاترین میانگین رتبه‌ها را در تحلیل نتایج فرم نظرسنجی خبرگان به‌دست آورده بودند به‌عنوان عوامل پیش‌شرط رفتار اشتراک دانش انتخاب شدند. پس از انجام مطالعه کتابخانه‌ای، پیوند بین این عوامل با نگرش و قصد اشتراک دانش مورد بررسی قرار گرفت. در نهایت پس از طراحی الگوی اولیه پژوهش و در راستای آزمون فرضیه‌ها و بررسی رابطه میان متغیرهای مطرح شده در الگو، از آمارهای مناسب توصیفی و استنباطی استفاده شد. تحلیل داده‌های پژوهش نیز با استفاده از نرم‌افزار لیزرل و روش تحلیل مسیر انجام شد. جامعه آماری پژوهش کلیه دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه فردوسی مشهد بود. با در نظر گرفتن حجم جامعه آماری (۱۱۴۴۲ نفر) و بر پایه جدول مورگان اندازه نمونه به تعداد ۳۷۴ نفر مشخص شد. در این راستا، ۳۹۰ پرسشنامه محقق ساخته به روش تصادفی ساده توزیع گردید که ۳۷۱ پرسشنامه قابل تجزیه و تحلیل به‌دست آمد. برای سنجش روایی پرسشنامه از روایی صوری و محتوایی استفاده شد. از آنجایی که معیارهای مورد استفاده در پرسشنامه از مبانی نظری و پژوهش‌های گذشته و بر پایه مطالعه اکتشافی انجام شده بر مبنای فرم نظرسنجی استخراج شده بود و افراد مطلع و خبرگان، سؤال‌های پرسشنامه را از نظر کمیت و کیفیت تأیید کرده بودند، پرسشنامه دارای روایی محتوا بود. از طرف دیگر، دارای روایی ظاهری بود، زیرا افراد مطلع و خبرگان بر توانمندی سنجش ابزار اندازه‌گیری از جهت ظاهری مانند روشن و بدون ابهام بودنِ سؤالات صحه گذاشته بودند. برای پایایی پرسشنامه با اجرای پیش‌آزمون در مورد ۳۰ آزمودنی، شاخص ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه ۸۷ درصد محاسبه شد. ضریب آلفای کرونباخ هیچ‌یک از عوامل تحقیق، کمتر از ۷۹ درصد نبود.

الگوی مفهومی پژوهش

همان‌گونه که در مبانی نظری پژوهش اشاره شد، با در نظر گرفتن اطلاعات به‌دست آمده از فرم نظرسنجی و بررسی پیشینه پژوهش می‌توان این‌گونه بیان کرد که اگر جامعه پژوهش ارزش درک شده، انگیزش، سهولت درک شده و اعتماد کافی به فرایند اشتراک دانش داشته باشند، نگرش مثبتی نسبت به این رفتار در آنها ایجاد خواهد شد. نگرش مثبت به احتمال قصد رفتاری آنها را در رابطه با رفتار اشتراک دانش افزایش داده و در این رابطه اقدامی عملی را از خود نشان خواهند داد. بر این پایه، می‌توان الگوی مفهومی پژوهش را در قالب نمودار ۱ ترسیم نمود:



نمودار ۱. الگوی مفهومی پژوهش

فرضیه‌های پژوهش

با در نظر گرفتن الگوی مفهومی پژوهش (نمودار ۱)، فرضیه‌های زیر در راستای تعیین میزان تأثیر عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در بین دانشجویان کارشناسی دانشگاه فردوسی مشهد مطرح می‌شود:

۱. ارزش درک شده به‌صورت مستقیم و معناداری بر نگرش فرد به اشتراک دانش تأثیرگذار است.
۲. انگیزش به‌صورت مستقیم و معناداری بر نگرش فرد به اشتراک دانش تأثیرگذار است.
۳. سهولت درک شده به‌صورت مستقیم و معناداری بر نگرش فرد به اشتراک دانش تأثیرگذار است.
۴. اعتماد به‌صورت مستقیم و معناداری بر نگرش فرد به اشتراک دانش تأثیرگذار است.
۵. نگرش به‌صورت مستقیم و معناداری بر قصد فرد به اشتراک دانش تأثیرگذاراست.
۶. قصد اشتراک دانش به‌صورت مستقیم و معناداری بر رفتار اشتراک دانش فرد تأثیرگذار است.

تحلیل داده‌ها و شاخص‌های آماری متغیرهای پژوهش

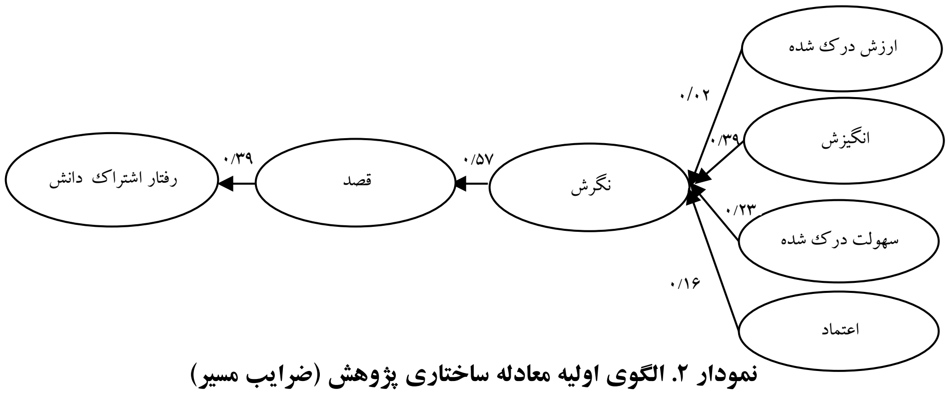
۴۲ درصد آزمودنی‌ها مرد و ۵۸ درصد را زنان تشکیل داده بودند. از این تعداد ۴۷ درصد علوم انسانی، ۲۶ درصد فنی و مهندسی، ۱۳ درصد کشاورزی و ۱۴ درصد علوم پایه بودند. قبل از بررسی الگو و فرضیه‌ها لازم است تا میانگین، انحراف معیار، واریانس و همبستگی عوامل پژوهش مورد توجه قرار گیرد. نتایج به‌دست آمده در این رابطه در جدول ۳ قابل مشاهده است.

جدول ۳: شاخص‌های آماری عوامل پژوهش

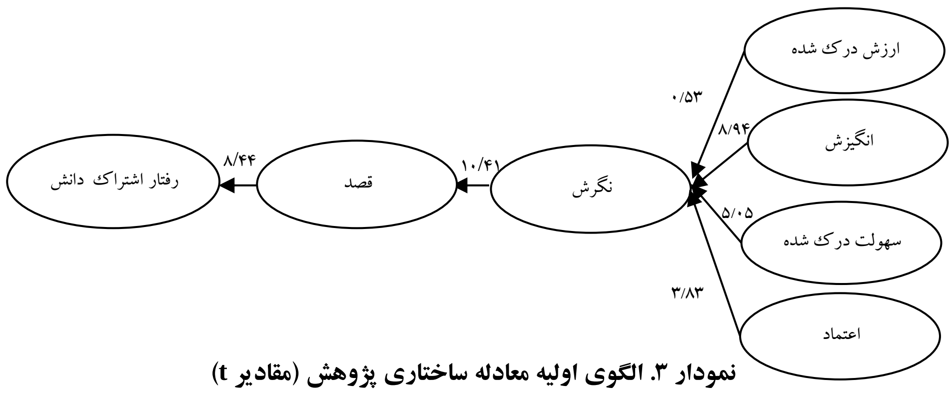
عوامل تحقیق	میانگین	انحراف معیار	واریانس
ارزش درک شده	۳/۷۶	۰/۶۵	۰/۴۲
انگیزش	۳/۶۱	۰/۵۶	۰/۳۲
سهولت درک شده	۳/۳۵	۰/۶۰	۰/۳۶
اعتماد	۴/۰۷	۰/۵۰	۰/۲۵
نگرش	۳/۷۱	۰/۵۰	۰/۲۵
قصد	۳/۳۰	۰/۶۰	۰/۳۶
رفتار اشتراک دانش	۳/۸۸	۰/۷۱	۰/۵۱

نتایج آزمون الگوی مفهومی پژوهش

به‌منظور پیش‌بینی دقیق عامل وابسته از طریق بررسی تأثیر همه عوامل مؤثر و همچنین برازش الگو، از نرم‌افزار لیزرل نسخه ۸/۵ استفاده شد. روابط فرضی بین عوامل مورد مطالعه درون یک الگوی ساختاری خطی در نمودار ۲ و ۳ نشان داده شده است.



نمودار ۲. الگوی اولیه معادله ساختاری پژوهش (ضرایب مسیر)



نمودار ۳. الگوی اولیه معادله ساختاری پژوهش (مقادیر t)

برای بررسی برازش الگو از شاخص‌های مطلق برازش مانند مجذورکای (χ^2)، مجذور کای به)، (GFI، AGFI، RMSEA) استفاده می‌کنند. شاخص کای‌دو به درجه آزادی فاقد یک معیار ثابت برای یک الگو قابل قبول است. اما مقادیر کمتر از ۲/۵ دلالت بر برازش خوب الگو دارد. مقدار برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) برای الگوهایی که برازندگی بسیار خوبی داشته باشند، کوچکتر ۰/۰۵ است. الگوهایی که RMSEA آنها بین ۰/۰۵ و ۰/۰۸ باشد، برازش خوبی با داده‌ها دارند. اما الگوهایی که RMSEA آن‌ها بیشتر از ۰/۱۰ باشد، برازش ضعیفی دارند. شاخص برازندگی (GFI) و شاخص تعدیل شده برازندگی (AGFI) در دامنه بین صفر تا یک قرار دارند و ضرایبی که بالاتر از ۰/۹ باشند قابل قبول هستند. در جدول ۴ مقادیر شاخص‌های برازندگی الگو اولیه پژوهش آورده شده است.

جدول ٤. شاخص‌های برازندگی الگوی اولیه پژوهش

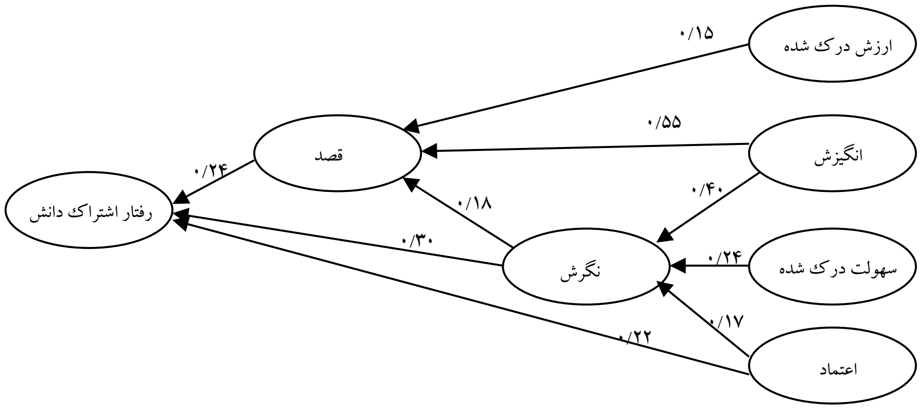
عامل	مقدار به‌دست آمده	مقدار قابل قبول	نتیجه
شاخص کای‌دو بر درجه آزادی	۱۶/۲۹	کوچک‌تر از ۲/۵	برازش ضعیف
RMSEA	۰/۲۰	کوچک‌تر از ۰/۰۸	برازش ضعیف
GFI	۰/۸۹	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	برازش ضعیف
AGFI	۰/۶۸	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	برازش ضعیف

بر پایه این برونداد، آزمون دقیق مجذور کای الگوی موردنظر را رد می‌کند. افزون بر این، با توجه به مقدار به‌دست آمده از شاخص RMSEA که بزرگ‌تر از مقدار توصیه شده ۰/۰۸ است، نتیجه گرفته می شود که درجه تقریب در جامعه بسیار بزرگ است؛ بنابراین بایستی الگوی موردنظر رد شود. ابتدا مسیر ارزش درک شده به نگرش که معنادار نبود حذف و سپس به‌منظور تعیین منبع اصلی عدم برازش الگو، از شاخص‌های تعدیل استفاده شد. شاخص‌های تعدیل نشان داد که یک رابطه معنادار بین انگیزش به‌قصد و روابط معناداری بین نگرش و اعتماد درک شده با رفتار اشتراک دانش وجود دارد. با آزاد شدن این مسیرها کاهشی اساسی در کمیت کی‌دو حاصل شد و الگوی برازش داده‌ها را فراهم آورد. شاخص‌های برازش نیکویی الگوی نهایی در جدول ۵ آورده شده است.

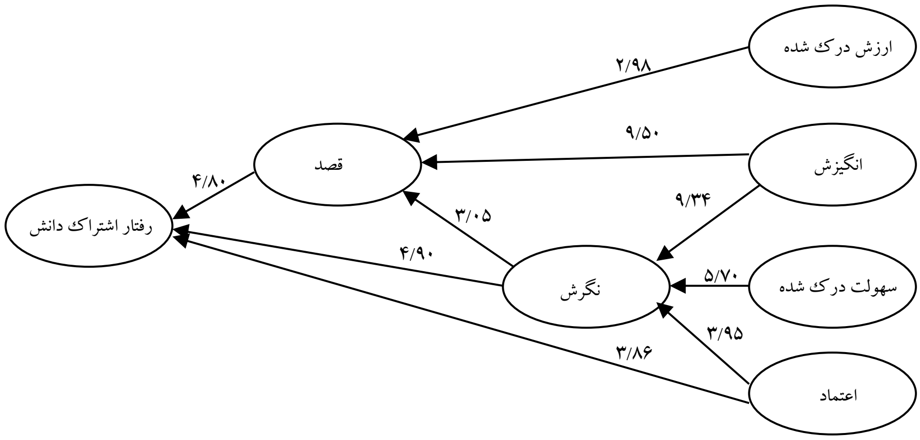
جدول ٥. شاخص‌های برازندگی الگوی نهایی پژوهش

عامل	مقدار به‌دست آمده	مقدار قابل قبول	نتیجه
شاخص کای‌دو بر درجه آزادی	۱/۸	کوچک‌تر از ۲/۵	قابل قبول
RMSEA	۰/۰۷	کوچک‌تر از ۰/۰۸	قابل قبول
GFI	۰/۹۶	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	قابل قبول
AGFI	۰/۹۰	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	قابل قبول

الگوی نهایی نشان داد که انگیزش به‌صورت مستقیم با ضریب تأثیر ۰/۵۵ بر قصد اشتراک دانش تأثیر گذاشته است. قصد نیز با ضریب ۰/۲۴ بر رفتار اشتراک دانش تأثیرگذار بوده است. دو متغیر نگرش و اعتماد به ترتیب با ضریب‌های ۰/۳۰ و ۰/۲۲ بر رفتار اشتراک دانش تأثیر گذاشته‌اند. الگوی برازش شده نهایی پژوهش در نمودارهای ۴ و ۵ نشان داده شده است.



نمودار ٤. الگوی نهایی معادله ساختاری پژوهش (ضرایب مسیر)



نمودار ۵. الگوی نهایی معادله ساختاری پژوهش (مقدار t)

آزمون فرضیه‌های پژوهش

با توجه به الگوی نهایی پژوهش (نمودار ۴ و ۵) نتایج زیر در رابطه با آزمون فرضیه‌های پژوهش به‌دست آمد:

- فرضیه ۱: ارزش درک شده تأثیر معناداری بر نگرش فرد به اشتراک دانش نداشت (t=-۰/۵۳ و ۰/۰۲-= γ)؛ لذا فرضیه ۱ تأیید نمی‌شود.
- فرضیه ۲: انگیزش تأثیر معنادار مستقیمی بر نگرش فرد (t=۹/۳۴ و ۰/۴۰= γ) دارد؛ لذا فرضیه ۲ تأیید می‌شود.
- فرضیه ۳: سهولت درک شده تأثیر معنادار مستقیم بر نگرش فرد به اشتراک دانش (t=۵/۷۰ و ۰/۲۴= γ) دارد؛ لذا فرضیه ۳ تأیید می‌شود.
- فرضیه ۴: اعتماد تأثیر معنادار مستقیمی بر نگرش فرد به اشتراک دانش (t=۳/۹۵ و ۰/۱۷= γ) دارد؛ لذا فرضیه ۴ تأیید می‌شود.
- فرضیه ۵: نگرش تأثیر معنادار مستقیمی بر قصد فرد به اشتراک دانش (t=۳/۰۵ و ۰/۱۸= γ) دارد؛ لذا فرضیه ۵ تأیید می‌شود.
- فرضیه ۶: قصد اشتراک دانش تأثیر معنادار مستقیمی بر رفتار اشتراک دانش (t=۴/۸۰ و ۰/۲۴= γ) دارد؛ لذا فرضیه ۶ تأیید می‌شود.

جدول ۶ ضرایب مستقیم و غیرمستقیم الگوی نهایی پژوهش (نمودار ۴) و متغیرهای آزمون شده را نشان می‌دهد.

جدول ٦. ضرایب مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای الگوی نهایی پژوهش

متغیر وابسته	متغیر مستقل	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
نگرش	ارزش	-	-	-
	سهولت	۰/۲۴	-	۰/۲۴
	اعتماد	۰/۱۷	-	۰/۱۷
	انگیزش	۰/۴۰	-	۰/۴۰
قصد	ارزش	۰/۱۵	-	۰/۱۵
	سهولت	-	(۰/۱۸*۰/۲۴)=۰/۰۴	۰/۰۴
	اعتماد	-	(۰/۱۸*۰/۱۷)=۰/۰۳	۰/۰۳
	انگیزش	۰/۵۵	(۰/۱۸*۰/۴۰)=۰/۰۷	۰/۶۲
	نگرش	۰/۱۸	-	۰/۱۸
رفتار اشتراک دانش	ارزش	-	(۰/۲۴*۰/۱۵)=۰/۰۴	۰/۰۴
	سهولت	-	(۰/۲۴*۰/۱۸*۰/۲۴)+(۰/۳۰*۰/۲۴)=۰/۰۸	۰/۰۸
	اعتماد	۰/۲۲	(۰/۲۴*۰/۱۸*۰/۱۷)+(۰/۳۰*۰/۱۷)=۰/۰۶	۰/۲۸
	انگیزش	-	(۰/۴۰*۰/۳۰)+(۰/۴۰*۰/۱۸*۰/۲۴)+(۰/۲۴*۰/۵۵)=۰/۲۷	۰/۲۷
	نگرش	۰/۳۰	(۰/۲۴*۰/۱۸)=۰/۰۴	۰/۳۴
	قصد	۰/۲۴	-	۰/۲۴

بحث و نتیجه‌گیری

آرمسترانگ (۱۳۸۹، ص ۱۴۵) معتقد است توانایی به اشتراک گذاشتن دانش به‌عنوان منبع مهمی در کسب مزیت رقابتی محسوب می‌شود. دلیل این امر این است که با تغییر رویکردهای سنتی به رویکردهای دانش‌محور، گرایش به اشتراک دانش نیز در محیط‌های مختلف به‌ویژه دانشگاه‌ها افزایش چشمگیری یافته است (Holsapple et al., 2000). همسو با این دیدگاه، برخی از صاحب‌نظران (مانند Bollinger and Smith, 2001; Alavi and Leidner, 2001) معتقدند که اشتراک دانش به‌عنوان ابزاری در راستای کسب مزیت رقابتی و نیز حفظ آن در سازمان‌ها محسوب می‌شود. به اشتراک‌گذاری دانش در قالب یک فعالیت طبیعی و روزمره بیش از هر سازمان دیگری در مؤسسات علمی و دانشگاه‌ها، سمینارها و نشریات دانشگاهی در جریان بوده و معرف ماهیت این سازمان‌ها و گرایش دانشگاهیان به اشتراک دانش می‌باشد (Cheng et al., 2009). از این‌رو، مطالعه وضعیت اشتراک دانش در دانشگاه‌ها و بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری آن می‌تواند به نتایج سودمندی برای واکاوی وضعیت این فرایند در این محیط منجر شود. افزون بر این، اشتراک دانش در محیط‌های دانشگاهی می‌تواند به توسعه فعالیت‌های علمی آن منجر شده و در نتیجه امکان هم‌افزایی علمی بیشتری را فراهم می‌سازد. با توسعه این فرایند، نه‌تنها می‌توان دانش تولید شده در دانشگاه‌ها را به شکل نظام‌مندی مدیریت نمود؛ بلکه می‌توان از امکان اشتراک‌گذاری مؤثر آن در راستای تحول در خدمات علمی دانشگاه‌ها نیز بهره‌مند گردید. بهره‌مندی از چنین اقدام‌هایی در صورتی امکان‌پذیر است که عوامل مؤثر بر فرایند اشتراک دانش شناسایی گردد. در این وضعیت، اشتراک دانش می‌تواند از مزیت رقابتی دانشگاه‌ها حمایت نماید. پژوهش حاضر نیز با هدف تعیین عوامل مؤثر بر اشتراک دانش و بررسی میزان تأثیر و چگونگی این تأثیرات بر فرایند اشتراک دانش طراحی گردید.

همان‌گونه که از نتایج الگوی نهایی پژوهش برمی‌آید از مجموع ۶ فرضیه طراحی شده در این پژوهش، ۱ فرضیه مورد تأیید قرار نگرفت (فرضیه ۱). نتایج تحلیل مسیر نشان داد که ارزش درک شده در فرایند اشتراک دانش به‌طور مستقیم بر نگرش تأثیر ندارد بلکه به‌صورت مستقیم بر قصد اشتراک دانش تأثیر می‌گذارد. به بیان دیگر، میزان ارزش درک شده نسبت به فرایند اشتراک دانش، تأثیر مستقیمی در شکل‌گیری قصد اشتراک دانش در بین دانشجویان دارد. نتایج به‌دست آمده در این رابطه با برخی از پژوهش‌های پیشین همخوانی ندارد (Tylor and Tood, 1995; Chen et al, 2006, Ford and Steples, 2006). بررسی فرضیه ۲ پژوهش نیز نشان‌دهنده تأثیر

انگیزش بر نگرش دانشجویان نسبت به رفتار اشتراک دانش بود. این یافته با نتایج پژوهش‌های پیشین همسو بود (Bock and Kim, 2002; Ryu et al, 2003; Kankanhalli et al, 2005). افزون بر این، مسیر جدیدی به‌قصد اشتراک دانش نیز برقرار گردید. بدین معنی که انگیزش دانشجویان در فرایند اشتراک دانش نه‌تنها به شکل‌گیری نگرش مثبت در آنها یاری می‌رساند بلکه به‌صورت مستقیم بر قصد اشتراک دانش آنها نیز تأثیر می‌گذارد. انگیزش با ضریب مسیر ۰/۵۵ بالاترین تأثیر را از مجموع متغیرهای مورد مطالعه بر قصد اشتراک دانش دارد. همچنین، انگیزش با ضریب مسیر ۰/۴۰ تأثیر بالایی بر نگرش به اشتراک دانش دارد (جدول ۴). بی‌دلیل نیست که نلسون و کوپریدر[1] (۱۹۹۶) به اهمیت تأثیر انگیزش بر پیاده‌سازی موفق فرایند اشتراک دانش تأکید بسیاری می‌نمایند. همچنین، اثر سهولت درک شده بر نگرش فرد به اشتراک دانش مورد بررسی قرار گرفت (فرضیه ۳) و تأثیر مستقیم و معنی‌دار آن مورد تأیید قرار گرفت. الگوی نهایی پژوهش نشان داد که پاسخگویان مشارکت در فرایند اشتراک دانش را به معنی خارج شدن از ابهام و سردرگمی در حل مسائل می‌دانند و از لحاظ نگرشی برقراری این ارتباط در محیط دانشگاه چندان پیچیده نمی‌باشد. این یافته با نتایج پژوهش چن و همکارانش (Chen et al, 2006) و هسیو و لین (Hsu and Lin, 2008) که به‌بررسی رابطه بین سهولت درک شده و نگرش به رفتار اشتراک دانش پرداخته‌اند؛ همسو است. در این پژوهش، تأثیر مستقیم اعتماد بر نگرش فرد به اشتراک دانش نیز مورد تأیید قرار گرفت (فرضیه ۴). افزون بر همسویی این یافته با پژوهش‌های پیشین (Hsu et al., 2007; Staples and Webster, 2008)، نتایج آزمون الگوی نهایی پژوهش نشان دهنده تأثیر مستقیم و معنی‌دار اعتماد بر رفتار اشتراک دانش نیز بود. این به معنی اهمیت برجسته اعتماد در توسعه رفتار اشتراک دانش در محیط‌های دانشگاهی است. بر این پایه، زمانی که دانشجویان بتوانند در فرایند اشتراک دانش اعتماد لازم را به‌دست آورند نه‌تنها نگرش مثبتی نسبت به اشتراک دانش در آنها ایجاد خواهد شد بلکه ایجاد اعتماد، تأثیر مستقیمی بر شکل‌گیری رفتار اشتراک دانش آنها نیز خواهد داشت. از این‌رو، توسعه محیطی که دانشجویان بتوانند در آن اعتماد خود را تقویت کنند از اهمیت بسیاری برخوردار است. نتایج پژوهش نشان داد که نگرش نه‌تنها تأثیر مستقیمی بر قصد رفتار اشتراک دانش دارد (فرضیه ۵) بلکه به‌صورت مستقیم بر رفتار اشتراک دانش تأثیر می‌گذارد. بر این مبنا، اگر دانشجویان از اشتراک دانش در دانشگاه لذت

1. Nelson and Cooprider

ببرند و در دانشگاه بسترهای مناسب اشتراک دانش فراهم شده باشد نه‌تنها قصد دانشجویان به مشارکت در فرایند اشتراک دانش افزایش می‌یابد بلکه اقدام‌های عملی در رابطه با اشتراک دانش اتخاذ خواهند کرد. تحت چنین شرایطی، اشتراک دانش نه‌تنها منجر به تولید دانش جدید و یادگیری بیشتر می‌شود بلکه منجر به توسعه گفتمان علمی و استفاده از ظرفیت‌های دانشی دیگران در حل مسائل علمی پیش‌رو آنها نیز می‌شود. همسو با پژوهش پور و مرتضوی (۱۳۹۲) و پژوهش سرخوش و همکارانش (۱۳۹۴) این پژوهش نیز نقش نگرش و اهمیت آن در شکل‌گیری رفتار را تأیید کرد. نتایج بررسی فرضیه ۶ نیز نشان‌دهنده تأثیر مستقیم قصد بر رفتار اشتراک دانش بود. با توجه به همسویی نتیجه به‌دست آمده با سایر پژوهش‌های پیشین (Gerber et al., 2011; Abdur- Rafiu and Opesade, 2015)، مشخص شد که زمانی که قصد اشتراک دانش در دانشجویان شکل می‌گیرد؛ اقدام عملی در خصوص تحقق این رفتار نیز از خود نشان می‌دهند.

در یک جمع‌بندی کلی از متغیرهای مورد مطالعه می‌توان گفت که اعتماد، انگیزش، نگرش و قصد اشتراک دانش به‌عنوان متغیرهای مهم و تأثیرگذاری در تحقق رفتار اشتراک دانش دانشجویان ایفای نقش می‌کنند و برای بروز و توسعه این رفتار باید مورد توجه ویژه‌ای قرار گیرند. از این‌رو، دانشگاه‌ها در صورتی که بخواهند فرایند اشتراک دانش را توسعه داده و سهم بیشتری از اشتراک علمی در درون دانشگاه را به‌دست آورند بایستی به اعتماد، انگیزش و نگرش دانشجویان به فرایند اشتراک دانش بیش از پیش توجه کنند. در واقع، رفتار اشتراک دانش دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد اگرچه متأثر از کلیه عوامل مورد بررسی در این پژوهش بود لیکن میزان اعتماد، انگیزه آنها به اشتراک دانش، نگرش و قصد آنها به اشتراک دانش از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. مدیران دانشگاه باید با استفاده از ابزارهای مختلف نسبت به تقویت بهینه این عوامل و ایجاد یک تصویر ذهنی مطلوب از فرایند اشتراک دانش تلاش کنند. اگرچه نخبگان دانشگاهی، پیشگامان تولید دانش محسوب می‌شوند؛ لیکن توجه به فرآیند «اشتراک دانش» آنها و نقش آن در باز تولید و اشاعه دانش در دانشگاه‌ها و مهم‌تر از آن، تأثیرگذاری آن بر روابط میان‌رشته‌ای درون دانشگاه‌ها از موضوعاتی است که باید مورد توجه و بررسی قرار گیرد. در چارچوب نتایج الگوی نهایی این پژوهش، نه‌تنها توجه به اعتماد، انگیزش، نگرش مثبت و قصد اشتراک دانش ضروری است، بلکه لازم است تا افزون بر توجه به توسعه ارزش درک شده از اشتراک دانش، بایسته‌ها و ملزومات زیرساختی اشاعه و اشتراک دانش تولید شده به‌منظور تسهیل این فرایند نیز وجود داشته باشد. بنابراین، به نظر می‌رسد تبادل دانش و بهره‌گیری از دانش دیگران که به نشر ایده‌ها و افکار در راستای حل

مسأله‌ها و دشواری‌های موجود در جامعه دانشگاهی منجر می‌گردد از نیازمندی‌های غیرقابل چشم‌پوشی جوامع دانشگاهی است.

کتابنامه

آرمسترانگ، مایکل (۱۳۸۹). *مدیریت استراتژیک منابع انسانی*. (محمد اعرابی و امید مهدیه، مترجمان). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

پور، سمیرا و سعید مرتضوی (۱۳۹۲). تبیین عوامل مؤثر بر نگرش و رفتار مبتنی بر تسهیم دانش (مورد مطالعه: پرستاران بیمارستان ۱۷ شهریور). *مطالعات رفتار سازمانی*. ۲ (۳)، ۴۳-۷۰.

دالانتی، جرارد (۱۳۸۶). *دانش در چالش: دانشگاه در جامعه دانایی*. ترجمه علی بختیاری‌زاده. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

سرخوش، مهدی؛ پیمان اخوان؛ علی کیا و علیرضا امین پور (۱۳۹۴). *بررسی رفتار تسهیم دانش کارکنان در یک سازمان با فناوری پیشرفته مبتنی بر نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده*. مدیریت نوآوری، ۴، ۶۱-۸۰.

قربانی‌زاده، وجه‌اله و شیرین خالقی‌نیا. ۱۳۸۸. *نقش انتقال دانش ضمنی در توانمندسازی کارکنان. پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی ۱* (۲)، ۸۵-۱۰۵.

Abdur-Rafiu, M. A. and Opesade, A.O. (2015). "Knowledge Sharing Behavior of Academics in The Poly technic Ibadan". *Library Philosophy and Practice (e-journal).* Paper 1287.

Abrams, L. C., Cross, R., Lesser, E., Levin, D. Z. (2003). Nurturing interpersonal trust in knowledge-sharing networks. *Academy of Management Perspectives,* 17 (4), 64-77.

Ajzen, I and Fishbein, M. (1970). The prediction of behavior from attitudinal and normative variables. *Journal of Experimental Social Psychology,* 6, 466–487.

Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes,* 50, 179-211.

Alavi, M and Leidner, D.E. (2001). Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS Quarterly*, *25*(1), 107–136.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. Freeman: New York.

Bartol, K. M and Srivastava, A. (2002). Encouraging knowledge sharing: the role of organizational reward systems. *Journal of Leadership and Organizational Studies,* 9 (1), 64-77.

Blau, P.M. (1963). *The Dynamics of Bureaucracy: A Study of Interpersonal Exchange in Two Government Agencies*. University of Chicago Press, Chicago: IL.

Bock, G. W and Kim, Y. G.(2002). Breaking the myths of rewards: an exploratory study of attitudes about knowledge sharing. *Information Resources Management Journal,* 15 (2), 14–21.

Bock, G.W., Zmud, R. W., Kim, Y. G and Lee. J. N. (2005). Behavioral intention formation in knowledge sharing: examining the roles of extrinsic motivators, social-psychological forces, and organizational climate. *MIS Quarterly,* 29 (1), 87-112.

Bollinger, A. S and Smith, R. D. (2001). Managing organizational knowledge as a strategic asset. *Journal of Knowledge Management*, *5*(1), 8–18.

Chen, C.A. (2008). Linking the knowledge creation process to organizational theories: A macro view of organization-environment change. *Journal of Organizational Change Management.* 21(3), 259–279.

Chen, S and Quester, P. (2006). Modeling store loyalty: Perceived value in market orientation practice. *The Journal of Services Marketing*, *20*, 188-204.

Cheng, M. Y., Ho, J. S. Y., and Lau, P. M. (2009). Knowledge sharing in academic institutions: a study of Multimedia University Malaysia. *Electronic Journal of Knowledge Management*, *7*(3), 313-324.

Chow, Wing S and Chan, Lai Sheung.(2008). Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing. *Information & Management*, 45, 458–465.

Chung, L. H. (2001). The Role of Management in Knowledge Transfer', *Third Asian Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference* Adelaide, South Australia.

Collins, C. J and Smith, K. G. (2006). Knowledge exchange and combination: the role of human resource practices in the performance of high-technology firms. *Academy of Management Journal*, 49 (3), 544-60.

Constant, D., Kiesler, S and Sproull. L. (1994). What’s mine is ours, or is it? A study of attitudes about information sharing. *Information Systems Research*, 5 (4), 400–421.

Cook, K. s., Obrien, J and Kollock. P. (1990). *Exchange Theory: A blueprint for structure and process*. In Ritzer (ed). Frontiers of social theory. New York: Columbia University Press.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quart*, 13, 319–339.

Dawkins, C. E and Frass. J. W. (2005). Decision of union workers to participate in employee involvement: an application of the theory of planned behavior. *Employee Relations,* 27 (4/5), 511-31.

Emerson, R. M. (1972). Exchange Theory, Part II: Exchange Relations and Network Structures. In In *Sociological Theories in Progress. Annual Review of Sociology*, 2, 335-362.

Ford, D and Staples, D. (2006). Perceived value of knowledge: the potential informer's perception. *Knowledge management research and practice*. 4(1), 3-16

Friga, P. N. (2000). *Codification Strategies in Knowledge Management Processes – Learning from Simulation*.

Garbarino, E and Johnson, M. S. (1999). The different roles of satisfaction, trust and commitment in customer relationships. *Journal of Marketing,* 63 (2), 70-87.

Gefen, D., Karahanna, E and Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: an integrated model. *MIS Quarterly,* 27 (1), 51–90.

Gerber, M., Mallett, C., and Puhse, U. (2011). Beyond intentional processes: The role of action and coping planning in explaining exercise behavior among adolescents. *International Journal of Sport and Exercise Psychology, 9(3),* 209-226.

Gottschalk, P. (2007). *Knowledge management systems: value shop creation*. Hershey PA: Idea Group Pub.

Granrose, Ch. S. (1984). A Fishbein-Ajzen Model of Intention to Work following Childbirth. *Journal of Vocational Behavior,* 25, 359-372.

Igbaria, M., and Iivari, J. (1995). The effects of self-efficacy on computer usage. *Omega*, 23 (6), 587–605.

Hall, H. (2001). Social exchange for knowledge exchange', *Managing knowledge: conversations and critiques* University of Leicester.

Herzberg, F.(1964). The Motivation-Hygiene Concept and Problems of Manpower. Personnel Administrator, (27), 3–7.

Holsapple, C. W., and Joshi, K. D. (2000). An investigation of factors that influence the management of knowledge in organizations. *The Journal of Strategic Information Systems*, *9*(2), 235–261.

Homans, G. C. (1961). *Social Behaviour: Its Elementary Forms*. New York: Harcourt, Brace & World, Inc.

Hsu, M. H., Ju, T. L., Yen, C. H and Chang, C. M. (2007). Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations. *International Journal of Human-Computer Studies,* 65 (2).

Hsu, C. L and Lin, J. C. (2008). Acceptance of blog usage: The roles of technology acceptance, social influence and knowledge sharing motivation. Information & Management. 45 (1), 65-74.

Kalafatis, S., Pollard, M., East, R and Tsogas, M. H. (1999). Green marketing and Ajzen's theory of planned behaviour: a cross-market examination. *Journal of Consumer Marketing*, 16 (5), 441-460.

Kankanhalli, A., Tan, C. Y. B and Wei, K. K. (2005). Contributing knowledge to electronic knowledge repositories: an empirical investigation. MIS Quarterly, 29 (1), 113–143.

Kolekofski, K. E. and Heminger, A. R. (2002). Beliefs and attitudes affecting intentions to share information in an organizational setting. *Information & Management,* 40, 521-32.

Kowak, S.H., and Gao, SH. (2005). Attitude towards Knowledge Sharing Behavior. *Journal of Computer Information Systems,* 46 (2). 45-51.

Locke, E. A. (1968). Toward a theory of task motivation and incentives. Organizational Behavior and Human Performance, 3 (2), 157-189.

Maslow, A. H. *(1943).* A theory of human motivation. *Psychological Review, 50 (4), 370–396.*

Mooradian, T., Renzl, B and Matzler, K. (2006). Who trusts? Personality, trust and knowledge sharing**.** *Management learning*, 37 (4), 523-540.

Nelson, K.M., and Cooprider. J. G. (1996). The contribution of shared knowledge to IS group performance. MIS Quarterly, 21 (4), 409–429.

Norudin, M.; Che Mahmood, M. H. and Nurmusli Mah, K. A. (2016). Knowledge Sharing and Organizational Learning Success in Malaysia: A Case of Private Sectors in State of Johor. *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, 6(1), 21-28.

Pacharapha, T. and Ractham, V. V. (2012). Knowledge acquisition: the roles of perceived value of knowledge content and source. *Journal of Knowledge Management*. 16 (5), 724-739.

Reychav, I., and Weisberg, J. (2010). Bridging intention and behavior of knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management,* 14 (2), 285-300.

Ridings, C.M., Gefen, D and Arinze, B. (2002). Some antecedents and effects of trust in virtual communities. *Strategic Information Systems,* 11 (3-4), 271–295.

Ryu, S., Ho, S. H and Han, I. (2003). Knowledge sharing behavior of physicians in hospitals. *Expert Systems with Applications,* 25 (1), 113–122.

Smith, K.G., Collins, C. J and Clark, K.D. (2005). Existing knowledge, knowledge creation capability, and the rate of new product introduction in high-technology firms. *Academy of Management Journal,* 48, 346-57.

Staples, D. S., and Webster. J. (2008). Exploring the Effects of Trust, Task Interdependence and Virtualness on Knowledge Sharing in Teams. *Information Systems Journal,* 18, 617-640.

Tax, S., and S. Brown. (1998). Customer evaluations of service complaint experiences: Implications for relationship marketing. *Journal of Marketing,* 60, 60-76.

Teece, D. J. (2007). *Capturing value from knowledge assets: The new economy, markets for know-how and intangible assets*. *California Management Review,* 40 (3), 55-79.

Tylor, Sh. and Tood, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing model. *Information systems research,* 6 (2), 144-176.

Wilson, D. T. (1995). An integrated model of buyer-seller relationship. *Journal of the Academy of Marketing Science,* 21 (1),1-12.

Winkelen, C. van, & McKenzie, J. (2011). *Knowledge works the handbook of practical ways to identify and solve common organizational problems for better performance*. Chichester, West Sussex, U.K.: Wiley.

Yu, T. K; Lu, L. C and Liu, T. F. (2010). Exploring factors that influence knowledge sharing behavior via weblogs. *Computers in Human Behavior*, 26 (1), 32-41.